

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi Di Semarang)

MOH. AJI RIVALDI

(Pembimbing : DR Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302942@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Era globalisasi sekarang ini, Teknologi telekomunikasi smartphone merupakan salah satu peluang bisnis yang dimanfaatkan oleh produsen dalam persaingan secara ketat, banyaknya perusahaan yang mampu membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Syarat yang harus di penuhi sebuah perusahaan untuk dapat sukses dalam persaingan yaitu dengan menciptakan barang dan jasa sesuai yang diinginkan konsumen dengan harga yang relatif terjangkau oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, distribusi, promosi, terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli smartphone Xiaomi di Semarang.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, menggunakan teknik pengambilan non acak (non random) dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, model persamaan tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi spss 1.6. hasil dari penelitian ini adalah variabel promosi paling berpengaruh positif dan signifikan , kemudian diikuti oleh variabel distribusi yang berpengaruh positif dan signifikan, produk berpengaruh positif dan signifikan, harga berpengaruh positif dan signifikan, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan, loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan, secara bersama-sama bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen

**The Effect of Marketing Mix on Purchasing Decision That Affecting
Customer Loyalty (Study on Consumer of Smartphone Xiaomi in
Semarang)**

MOH. AJI RIVALDI

(Lecturer : DR Mahmud, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201302942@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

In Globalization era now days, Technology telecommunication Smartphone constitute one of business opportunities that be used by producer in strictly competition, many companies are able to create a new marketing strategies to maintain and reach higher market share. Requirement that must fulfilled a company for success in competition is create goods and service that consumer desirability with a relatively affordable price by consumers. This research aims for knowing the influence of product, price, distribution, promotion, on purchasing decision that affecting customer loyalty. Objects in this research are consumer that buy smartphone xiaomi in semarang.

Samples that use in this research are 100 respondents, using non-random retrieval techniques and hypothesis testing in this research use the method of multiple linear regression analysis, model equation are treated by using spss 1.6 application. The result of this research is the promotion variable has the most significant and positive, then followed distribution has a positive and significant effect, product has a positive and significant effect, price has positive and significant effect, purchasing decision has a positive and significant effect, customer loyalty has a positive and significant effect, simultaneously marketing mix on purchasing decision that affecting customer loyalty that has a positive and significant effect.

Keyword : Product, Price, Distribution, Promotion, Purchasing Decision and Customer Loyalty